

Newsletter

15 October 2018

目次

アジア諸国における E-Commerce（電子商取引）に関する法制

1. タイ
2. ベトナム
3. インドネシア
4. マレーシア
5. フィリピン
6. 台湾

本ニュースレターに
関するお問い合わせ先

asia.tokyo
@bakermckenzie.com

ベーカー&マッケンジー
法律事務所（外国法共同事業）

〒106-0032
東京都港区六本木 1-9-10
アークヒルズ仙石山
森タワー28F
Tel 03 6271 9900
Fax 03 5549 7720
www.bakermckenzie.co.jp

Asia Focus Newsletter vol. 2

ベーカー&マッケンジー法律事務所 アジア・フォーカスチームは、アジア・太平洋地域の 17 の事務所からなる、ベーカーマッケンジーのネットワークを最大限に活かし、アジア全域へ進出・事業拡大を検討する日本企業に対し、コーポレート、M&A、ファイナンス、紛争解決等、幅広い分野においてシームレスなリーガルサービスを提供しております。

今号では、近時日本企業による進出案件が目立つ E-Commerce（電子商取引）関連の法制度についてご紹介します。

アジア諸国における E-Commerce（電子商取引）に関する法制

インターネット利用環境の整備・普及やスマートフォン等のデバイスの普及に伴い、アジア諸国においても E-Commerce（電子商取引）の利用は拡大しており、今後もその傾向は続くことが見込まれる。

E-Commerce に関する法規制としては、個別法により規制している国もある一方で、個別法がなくとも一般的な商取引や小売業に関する法令により E-Commerce を規制している国もあり、いずれの国によっても何らかの形で E-Commerce は規制を受けるものと解される。また、情報保護の観点から、E-Commerce 事業を通じて取得する個人情報等の情報・データに対して、各国の情報保護規制が適用対象となる場合がある。

さらに、各国向けの E-Commerce 事業を営むに際して国内拠点設置の要否、設置に際して適用される規制については、各国ごとに異なるため留意を要する。

以下では、各国別に、一般的な法規制、国内拠点の要否、国内拠点を設置する場合又はしない場合の留意点について概観する。

なお、E-Commerce の利用拡大に伴い、各国とも今後も E-Commerce に関連する規制・運用を随時新設・改正していくことが予想されるため、各国への進出を検討する場合には、常に最新の関連規制とその運用を確認する必要がある。

1. タイ

(1) 一般的な法規制

E-Commerce によって製品やサービスの販売を行う企業は、当該製品又はサービスの価格、サービス料、種類、機能、サイズ、重量、費用、その他の詳細について、インターネット上にアラビア数字及びタイ語で明確に表示しなければならない。

次に、情報保護に関して、タイにおいては、現時点で、信用情報機関等の保有する情報や、18 歳以下の児童に関する情報等、一定の情報について個別法による規制がある他には、Data Privacy の保護に関する統一的法律は存在しておらず¹、もっぱら憲法上の権利としてのみ保護が図られている。当該権利の違反により損害が生じた場合には、不法行為責任の追及により権利の救済がはかられる。なお、現在、個人情報保護法案が国会において審議中であり、この法案

¹ 信用情報ビジネス法等、個別の法律に一部規定がある。



には、データ処理の基準、データ主体の権利、個人情報保護委員会の設立などが規定される予定である。

また、コンピューター犯罪法において、サービスプロバイダーの責任免除に関するセーフハーバーの規定、サービスプロバイダーに対するデータ保持義務の規定が置かれている。

タイ政府は、2014年に、E-Commerce産業を活性化させるためのデジタルエコノミー計画を発表し、この計画に基づいて、現在、4つの法律が発効し²、サイバーセキュリティ法を含む6つの法律が審議中である。

(2) 国内に拠点を置いて事業を営む場合

ウェブや E-Commerce を行う業者には、登録義務が生じる³。もっとも、現在、この登録義務の免除の範囲について定めた規則案が、審議中である。この審議中の規則案によれば、自然人により運営されている事業で、年間の経費控除前売り上げが1,800,000 バーツを超えない場合、SMEsにより運営されている場合又は社会事業の場合には、登録義務が生じないとされている。また、同規則案においては、登録の条件として、保証金の支払が必要になる旨の規定が定められている。

また、E-Commerce に従事する企業には商業登録法上の登録義務及び法律順守義務が定められている。

(3) 国内に拠点を置かず事業を営む場合

現在、付加価値税（VAT）の域外適用に関する法案、恒久的施設の定義等に関する法案、及び1500 バーツ以下の製品の輸送に対して課されるVATの免除制度の廃止に関する法案が審議されている。このうち、VATの域外適用に関する法案には、外国事業者によるインターネット事業に対する課税も含まれる。VATの域外適用に関する法案は、2018年7月17日に閣僚によって承認され、現在、他の関連する機関において審議中である。

[最初のページに戻る](#)

2. ベトナム


(1) 拠点の要否

ベトナムの外資への市場開放を定めるWTO公約において、国外からベトナムへのクロスボーダーでの流通サービス（卸売及び小売を問わない）を提供する事業者は、個人使用用の商品に限り、ベトナム国内における商業拠点の設立は要求されない。クロスボーダーによるベトナム向けのE-Commerceについても、このWTO公約におけるクロスボーダーでの流通サービスに該当し、商業拠点の設立は不要である。ただし、以下に述べるサイバーセキュリティ法に基づき、拠点設置が要請される可能性があるため、今後制定される予定の同法の下位法令には注意する必要がある。

なお、以下の商品の流通については、WTO公約における市場開放が除外されているためE-Commerceにおいても制限を受ける。

²(1) the Act Reforming Ministry, Department, and Bureau (No. 17) B.E. 2559 (2016); (2) the Digital Development for Economy and Society Act B.E. 2560 (2017); (3) the Computer Crime Act (No. 2) B.E. 2560 (2017); and (4) the Act on Organization to Assign Radio Frequency and to Regulate the Broadcasting and Telecommunications Services (No. 2) B.E. 2560 (2017)

³ Direct Sales and Direct Marketing Act B.E. 2545 (2002)



タバコ、書籍、新聞及び雑誌、動画記録（媒体を問わない。）、貴金属及び宝石、薬品、爆発物、精油及び原油、米、サトウキビの砂糖、テンサイ

(2) 拠点を設ける場合の注意点

E-Commerce 事業に関しては、E-Commerce 事業に関する政令（E-Commerce に関する政令 No.52/2013/ND-CP）に加えて、サイバーセキュリティや個人情報保護の観点から各種規制が課される。特に、2018年6月12日に可決されたサイバーセキュリティ法（2019年1月1日施行）においては、E-Commerce 事業に重大な制限を及ぼす内容も定められており、現在、事業者の間で懸念が広がっている。

主な規制は下記のとおりである。

① ベトナム国内でのデータ保存義務

下記に該当する事業者（国外の事業者を含む。）は、取扱いデータを一定期間ベトナム国内において保存しなければならない（サイバーセキュリティ法）。

- A) ベトナム国内のインターネット、通信回線、サイバースペースにおいてサービスを提供していること、及び
- B) 個人情報、サービス利用者の関係性に関するデータ及びベトナム国内のサービス利用者によって生成されたその他一切のデータの収集、利用、分析又は処理を行っていること。

データ保存義務の対象となるのは、個人情報、サービス利用者の関係性に関するデータ及びベトナム国内のサービス利用者によって生成されたその他一切のデータと定められているが、これらにつき具体的な定義は定められていない。また、データの保存期間は、今後制定される下位法令で定められる予定である。

なお、このデータ保存義務は、データをベトナム国内のみで保存することを要求する趣旨なのか（すなわち国外で保存することが禁止されるのか）は、現時点では、明らかになっていない。

② ベトナム国内での拠点設置義務

上記①のデータ保存義務の基準に該当する外国事業者は、ベトナム国内に支店又は駐在事務所を設置することが義務付けられる（サイバーセキュリティ法）。詳細は、今後、政府が施行する政令等により明らかになる予定である。

③ E-Commerce のウェブサイトの登録又は通知義務

ベトナム国内の子会社、拠点を有する外国事業者やベトナムのドメインネーム（.vn）でウェブサイトを開設する外国事業者については、自らの E-Commerce のウェブサイト、ベトナム政府オフィシャルポータル上で、商工省へ登録又は通知しなければならない（E-Commerce に関する政令）。

(3) その他の留意事項

その他、各種法令において E-Commerce 事業に関連する規制が定められており、細かい点も多く、また改正等も頻繁にされているため、最新の情報を確認する必要がある。具体例として、以下の規制が挙げられる。

- 事業者は、ネットワーク上の情報流通に不当に介入することを禁じられ、当局の要請を受けた場合には、ユーザー情報の提供等の協力義務を負う（ネットワーク情報セキュリティ法（86/2015/QH13））。
- 事業者は、電子メール広告を提供する場合、ベトナム国内にサーバーを設置し、ベトナムのドメインネーム（.vn）を使用する必要がある（スパム対策に関する政令（90/2008/ND-CP））。
- 事業者が、ニュースサイトのようなデータ・アグリゲーションを実施する場合、ベトナム国内に少なくとも一つのサーバーを設置する必要がある（インターネットサービス及びオンライン情報の管理、提供、利用に関する政令（72/2013/ND-CP））。
- 利用者の同意がない限り、個人情報の取得又は第三者への提供は禁止される（ITに関する法令（67/2006/QH11））。

[最初のページに戻る](#)

3. インドネシア

(1) E-Commerce に関する規制

インドネシアにおける E-Commerce に関する法規制及びその概要は下記の通りである。

① 2008 年電子情報及び電子取引に関する法第 11 号（EIT 法）

EIT 法は、事業者が電子商取引システムを通じて製品を提供する際、契約条件、製造業者、及び提供される製品に関して完全に誤りのない情報を提供しなければならないと規定している。また、電子取引に従事する事業者は、関連する認証機関によって認証を取得し、認証を取得した旨の証明書をホームページに表示しなければならないとされている。

EIT 法は、国際的な電子取引における準拠法や紛争解決方法の選択についても規定しており、当事者によって紛争解決方法が選択されない場合には国際私法を参照するものとされている。

② 2012 年電子システム及び電子取引に関するインドネシア共和国規則（GR82）

GR 82 はデータローカライゼーション義務について定めており、5 年間の経過措置を設けた上で施行された。同法は公共サービス提供の電子システム事業者に対し、事業継続計画の一環としてデータセンターと災害復旧センターをインドネシア国内に設置することを義務付けている。ただし、同規則の適用される主体となる「公共サービス提供の電子システム事業者」については定義づけがされていない。同規則については事業者から要件を明確にし、より緩和するよう要請があり、政府は現在その改正を検討中である。

(2) 拠点を置く場合の留意点

2016 年 5 月 12 日付大統領規程 2016 年第 44 号（2016 年ネガティブリスト）の施行により、顧客に直接販売する通信販売やインターネットによる小売業は、現地中小企業とのパートナーシップを条件に 100%が外資に開放されている。また、顧客への直接販売ではない電子システムを介した商取引（プラットフォーム・ベースのマーケットプレイスの提供等）は、投資額 1,000 億ルピア以上の投資額の事業に限り 100%外資に開放し、1,000 億ルピア未満の場合は外資上限比率 49%となっている。



(3) その他の留意事項

加工食品、飲料、医薬品及び化粧品を輸入する際は、原則として輸入に先立ちインドネシア医薬品食品監督庁/ Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) に登録する必要がある。

[最初のページに戻る](#)

4. マレーシア

(1) 拠点を置く場合の留意点

マレーシアの会社法上、マレーシア国内に子会社等を設立する必要があるほか、流通取引・サービス⁴への外国資本参入に関するガイドライン⁵(Guidelines on Foreign Participation In The Distributive Trade Services Malaysia。以下「DTS ガイドライン」という。)上、外資がマレーシア国内に拠点を有して(現地法人の株式取得等を含む。)流通取引サービス業に参入する場合、いわゆる WRT ライセンス (Wholesale trade and Retail trade License) の取得が要請されている。WRT ライセンス取得の要件として、各拠点ごとに 100 万リンギ(約 2700 万円⁶)の最低資本金要件を満たすことが必要となる。

(2) 拠点がいない場合の E-Commerce⁷

① 会社法上の登録

上記の通り、マレーシアの会社法上、マレーシアにおいて事業を営もうとする外国企業は、マレーシア国内に子会社等の法人を設立することが要求されているが、マレーシア国内に一切の拠点及び人材を配置せずに行うオンラインビジネスは、子会社等を設立する義務を負わないと解されている。

② フランチャイズ法

現地事業者を用いて行われる E-Commerce 事業が 1989 年フランチャイズ法上の「Franchise」に該当する場合、フランチャイザー側は事前に(フランチャイズ権の売却をしようとする場合は、その申込みの前に)フランチャイズ登録を行う必要がある。フランチャイズ登録を行う場合、フランチャイザーは、フランチャイズ契約のサンプル、フランチャイズの運営マニュアル等の法律上要求される書類を用意した上で登録官に提出しなければならない。更に、日本企業のフランチャイジーとなる現地事業者も、フランチャイズ法上の登録を経る必要がある⁸。その他、上記各登録に際し、登録官は、登録申請を承認するにあたって条件を課すことができる。また、上記登録とは別に、フランチャイズ権を売却する際には、事前に登録官の承認を受けなければならないとされている。

フランチャイズ契約は、書面によって行う必要があり、クーリングオフ期間等の法律上要求されている条項が含まれない場合は、無効になるとされている。また、フランチャイズ権の有効期間は 5 年以上とすることが法律上要求されている。


⁴ 「仲介者や最終消費者にサプライ・チェーンを通して商品及びサービスを提供する全ての活動」と定義される。

⁵ <http://www.kpdnkk.gov.my/kpdnkk/wp-content/uploads/2017/05/guidelines-on-foreign-participation-in-the-distributive-trade-services-malaysia.pdf>

⁶ 2018 年 10 月 10 日現在。以下の日本円換算表についても同様。

⁷ なお、拠点を置く場合も同じ規制がかかる。その他、輸入する商品によっては輸入許可が必要となる場合がある。

⁸ マレーシアの現地法人を(Local) Master Franchisee とする場合、当該フランチャイジーはフランチャイザーとして登録する必要がある。



フランチャイズ法に違反した場合、法人であれば 25 万リンギ(約 680 万円)(2 回目以降は 50 万リンギ(約 1,360 万円))以下の罰金に処せられる可能性がある。

③ DTS ガイドラインの不適用

マレーシアに拠点がない場合、上記 DTS ガイドラインは適用されない。これは、DTS ガイドラインは法律ではなくガイドラインに過ぎず、また域外適用がなされると解されていない⁹ことを理由とする。

(3) その他一般の留意点

マレーシアの E-Commerce に関し注意すべき観点として、マレーシアでは数多くの大型のショッピングセンターに簡単にアクセスすることが可能であるという点が挙げられる。このため、実際の商品を見ることができず、またオンラインで購入しても配送までに 1 週間程度かかるということであれば、週末にショッピングセンターに行き買っての方が良いと考える消費者は多いと考えられる。また、E-Commerce では粗悪品を見抜くことができないといった不安も根強く存在する。従って、マレーシアにおいて E-Commerce 事業を成功に導くためには、確かな配送システム、及び品質の確保が重要になるものと考えられる。

[最初のページに戻る](#)

5. フィリピン

(1) 拠点の要否

フィリピン企業規則 (The Corporation Code of the Philippines) は、海外事業者がフィリピン国内で「ビジネスに従事」(doing business) するに際し、フィリピン証券取引委員会 (the Philippines Securities and Exchange Commission) の認可を取得することを要求している。海外事業者は、フィリピン国内に支店又は子会社を設立することにより、当該認可を取得できる。

「ビジネスに従事」することの意味につき、1991 年外国投資法 (Foreign Investment Act of 1991) は、公衆への物品の販売やその勧誘を含む形で広く定義している。この点、フィリピン証券取引委員会は、フィリピン国内からの利用を特段制限しない態様で、インターネットを用いて商品を販売する場合には、フィリピン国内で「ビジネスに従事」することに該当するとの解釈を表明している。

したがって、フィリピン国内の消費者に向けて E-Commerce を提供しようとする海外事業者は、フィリピン証券取引委員会の認可を取得する必要があり、そのためにはフィリピン国内に支店又は子会社を設立する必要がある。ただし、後述するように、実務的には、オフショア形態で E-Commerce 事業を営む海外事業者も存在する。

(2) 拠点を設ける場合の注意点

小売自由化法 (Retail Trade Liberalization Act) によると、その適用対象である「小売業」の定義は広く定められており、E-Commerce も「小売業」として同法の適用を受けると考えられている。同法 (及びその施行規則) によると、海外事業者は、一般的に以下の基準を満たしているか事前審査される：

⁹ 仮に域外適用があるとの解釈を取ったとしても、マレーシア国内に法的実体を有しない外国会社に対してガイドラインの適用を強制することは困難であると解されている。



- (a) 最低 250 万ドル相当の資本金を国内拠点に払い込んだ上、かつ、当該事業者自身、最低 2 億ドルの純資産を有すること
- (b) 全世界で少なくとも 5 つの小売販売拠点を有するか、あるいは、2500 万ドル以上の資本が払い込まれた店舗を少なくとも 1 つ有すること
- (c) 小売業につき 5 年以上の実績を有すること
- (d) フィリピン国籍の小売業者の活動を許容している国において設立された法人であること

実務的には、(a)の資本要件や、(b)の販売拠点要件のハードルが高いこともあり、海外 E-Commerce 事業者がフィリピン国内に投資できるケースは稀である。したがって、多くの海外 E-Commerce 事業者は、海外にサーバーや、オペレーション施設、商品保管施設を置いたまま、フィリピン向けに商品を輸出するという形態を採用している。フィリピン政府が、このようなオフショア形態の海外 E-Commerce 事業者を規制することは難しいというのが実情である。

(3) その他の留意事項

海外小売業者のフィリピン国内への進出が困難になっていることを踏まえ、2017 年、Duterte 大統領は、フィリピン中央経済開発委員会 (the National Economic and Development Authority Board) に対し、外国資本規制の緩和に向けて最大限の努力をするよう指令を発した (ただし、現時点では、当該指令を具体化する政府規則は制定されていない)。

現在、フィリピン議会は、小売自由化法に基づく資本金要件を完全に撤廃することを内容とする法案について、審議を行っているところであり、法案の成否が注目される。

[最初のページに戻る](#)

6. 台湾

(1) E-Commerce に関する法制度の概要

台湾では、専ら E-Commerce を対象とする個別法が存在せず、一般的な商取引に関する法令が E-Commerce にも同様に適用される。E-Commerce に対する特別法としては、電子署名法 (2011 年)、電子票証管理条例 (2009 年) 及び電子支払機構管理条例 (2015 年) が存在する。電子署名法は、E-Commerce の普及、安全性確保及び発展に寄与することを目的として、電子署名の認証制度を創設するとともに、電子署名及び電子文書に法的効力を付与するものである。また、電子票証管理条例及び電子支払機構管理条例は、非銀行事業者によるオンライン資金預託サービスの根拠法となっており、特に後者は電子決済における第三者支払制度 (Third-party payment system) を認めるものとして、E-Commerce の促進に重要な意味を持つと考えられる。

(2) 拠点を設置する場合としない場合の注意点

台湾国内に商品販売・発送のための拠点を持たず、注文ごとに商品を輸出する形態を取り、また販売サイトも日本国内のものを利用する場合は、原則として台湾法上の関連規制は適用されないと考えられる。ただし、個々の商品に対する輸入制限規制の適用があり得る点には注意が必要である。

一方、台湾に販売・発送拠点を設ける場合、又は台湾のサイトを通じて販売を行う場合は、台湾の関連規制が適用される。



この内、タバコ、酒類、爆竹等、法令により購入に年齢制限が設けられている商品は、インターネット販売での消費者の年齢確認が困難とされるため、原則として禁止されている。

また、商品によっては、販売に主務官庁の許可を要するものがある。代表的なものとしては、医療機器、薬品及び化粧品（特定用途化粧品として指定されているものに限る。）が挙げられる。この内、医療機器及び薬品は、一部を除いてインターネットでの販売が禁止されている。

(3) その他の留意事項

その他留意すべき法令等としては、個人情報保護法、行政院が公表しているインターネット取引上の附合契約に関するガイドライン、E-Commerce 消費者保護綱領¹⁰及び公平取引委員会の定めるインターネット広告案件に対する処理原則¹¹が挙げられる。冒頭に記載した通り、E-Commerceには商取引一般を対象とする各種法令の適用があるため、台湾でのE-Commerceを行おうとする場合は、事前に関連規制の確認及び検討を行う必要がある。

© 2018 Baker McKenzie. ベーカー・マッケンジー法律事務所（外国法共同事業）はベーカー・マッケンジー インターナショナルのメンバーファームです。ベーカー・マッケンジー法律事務所（外国法共同事業）及びベーカー・マッケンジー インターナショナルのその他のメンバーファームは、日本においては弁護士法人ベーカー・マッケンジー法律事務所を通じて業務を提供します。

本資料に含まれている情報及びデータは一般的な情報であり、当事務所の法的アドバイスや意見を提供するものではありません。法律及び税務に関する参考情報や対策については本資料のみに依拠すべきでなく、本資料の受信者は必要に応じ別途弁護士のアドバイスを受けなければなりません。

¹⁰ 商品取引情報の揭示責任、取引確認の手続、取引安全の確保、弁済リスクの分配といった事項を規定している。

¹¹ 化粧品及び薬品についてのインターネット広告は、国民の健康に関わることからより厳しい規制が設けられている。